

ABSTRAK

PENERAPAN DATA MINING DALAM MARKET BASKET ANALISIS MENGUNAKAN METODE APRIORI

Application of Data Mining in Market Basket Analisis Using the Apriori Method

Oleh

**MUHAMAD SHOLIHIN
16312204**

Swalayan 212 Mart Kedaton Bandarlampung merupakan swalayan yang menjual bahan-bahan pokok dan kebutuhan barang rumah tangga Setiap hari 212 Mart melayani transaksi penjualan yang banyak dan salah satu masalah yang sering dihadapi adalah kurangnya stok barang yaitu ketersediaan barang sering kali tidak memadai kebutuhan pelanggan. Misalnya jumlah stok barang terlalu sedikit permintaan banyak, atau sebaliknya stok barang yang banyak tetapi permintaan sedikit, hal ini dapat menyebabkan kekecewaan pelanggan karena barang yang diinginkan sering kali habis dan juga kerugian bagi pengelola swalayan

Metode yang sering digunakan untuk melakukan analisis pola perilaku belanja konsumen adalah analisis keranjang belanja atau *Market Basket Analisis* (MBA). Analisis ini merupakan salah satu metode dalam penambangan data (data mining) yang mempelajari tentang perilaku kebiasaan konsumen dalam membeli barang secara bersamaan dalam satu waktu.

Melakukan analisis terhadap data transaksi yang diberikan oleh pihak 212 mart sehingga dalam melakukan perhitungan secara manual maupun secara sistem sehingga sistem dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan Dalam proses algoritma apriori melakukan data sampel sebanyak 15 data transaksi yang didapat dari data 212 Mart, nilai min support yang di gunakan 4.0 dan nilai min confidence 4.0 menghasilkan 26 rule, pengujian dilakukan dengan melakukan quisioner kepada karyawan sebanyak 6 karyawan dan seseorang ahli datamining dan system yang menghasilkan usability adalah 72,44% dan hasil fungsional menunjukan 92,59% dengan kategori Baik.

Kata Kunci : Datamining, Apriori, *Market Basket Analisis*